
PEMBELIAN IMPULSIF DAN PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA: BUKTI EMPIRIS DARI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS PERSATUAN GURU 1945 NTT

Yunita Elisabeth Taniu¹⁾, David R E Selan²⁾, Jhon D. S Liem³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Persatuan Guru 1945 NTT
email : taniuyunita5@gmail.com, selandavid@gmail.com, liemjhon@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of impulsive buying on the financial management of students in the Management Study Program, Universitas Persatuan Guru 1945 NTT. Effective financial management is essential for students to manage their financial resources wisely and support responsible financial decision-making. This study employed a quantitative approach using a survey method. Primary data were collected through questionnaires distributed to students of the 2022 cohort, while secondary data were obtained from relevant literature and institutional documents. The data were analyzed using simple linear regression to examine the effect of impulsive buying on students' financial management. The results show that impulsive buying has a significant effect on students' financial management, as indicated by the regression equation $Y = 20.781 - 0.072X$. The correlation analysis yielded a coefficient of $r = 0.87$, indicating a very strong relationship between the variables. Furthermore, the coefficient of determination ($R^2 = 75.69\%$) indicates that impulsive buying explains 75.69% of the variation in students' financial management, while the remaining 24.31% is explained by other factors outside the scope of this study. These findings suggest that understanding impulsive buying behavior is important in improving students' financial management and encouraging more responsible financial decision-making.

Keywords: *impulsive buying; financial management; university students; consumer behavior; personal finance.*

Received : 03-07-2026 | Revised Completed: 14-07-20xx | Published Online: 15-07-2026

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan pesatnya pertumbuhan platform digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. Kemudahan berbelanja melalui berbagai platform *e-commerce*, promosi potongan harga, program *cashback*, *flash sale*, serta pengaruh media sosial mendorong mahasiswa melakukan transaksi secara cepat tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Kondisi tersebut menyebabkan perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying*) semakin sering terjadi, terutama pada kelompok usia muda yang memiliki tingkat konsumsi digital yang tinggi.

Mahasiswa merupakan kelompok yang sedang berada pada tahap transisi menuju kemandirian finansial. Pada fase ini, kemampuan mengelola keuangan menjadi keterampilan yang penting karena mahasiswa mulai bertanggung jawab dalam mengatur pengeluaran sehari-hari, baik yang bersumber dari orang tua, beasiswa, maupun pendapatan dari pekerjaan paruh waktu. Pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyusun anggaran, tetapi juga kemampuan mengendalikan pengeluaran, menetapkan skala prioritas, menabung, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang (Kasmir, 2018).

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kemampuan pengelolaan keuangan mahasiswa adalah perilaku pembelian impulsif. Menurut Solomon (2018), pembelian impulsif merupakan keputusan membeli yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya dan lebih didominasi oleh dorongan emosional dibandingkan pertimbangan rasional. Kotler dan Armstrong (2018) juga menjelaskan bahwa berbagai stimulus

pemasaran, seperti promosi, potongan harga, tampilan produk, serta kemudahan transaksi digital, dapat memicu konsumen melakukan pembelian secara tiba-tiba. Dalam konteks mahasiswa, kondisi tersebut semakin diperkuat oleh tingginya intensitas penggunaan media sosial dan aplikasi belanja daring yang terus menawarkan berbagai insentif pembelian.

Secara teoritis, hubungan antara pembelian impulsif dan pengelolaan keuangan dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen dan pengambilan keputusan. Teori tersebut menjelaskan bahwa keputusan pembelian yang didasarkan pada dorongan emosional cenderung mengabaikan proses evaluasi kebutuhan, manfaat, maupun kemampuan finansial individu (Solomon, 2018). Ketika seseorang lebih sering melakukan pembelian secara impulsif, sebagian besar pendapatan atau uang yang dimiliki akan dialokasikan untuk memenuhi keinginan sesaat. Akibatnya, kemampuan menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, menabung, serta memenuhi kebutuhan prioritas menjadi menurun. Sebaliknya, individu yang mampu mengendalikan dorongan pembelian impulsif cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara efektif karena setiap keputusan pembelian didasarkan pada perencanaan dan pertimbangan yang matang.

Hubungan tersebut juga dapat dijelaskan melalui perspektif *Behavioral Life-Cycle Theory* yang dikemukakan oleh Shefrin dan Thaler (1988). Teori ini menjelaskan bahwa individu sering mengalami konflik antara keinginan memperoleh kepuasan sesaat (*current consumption*) dan tujuan keuangan jangka panjang. Individu dengan kemampuan pengendalian diri yang rendah lebih mudah melakukan pembelian impulsif sehingga pengeluaran menjadi tidak terkendali. Sebaliknya, individu yang mampu mengendalikan dorongan konsumtif akan lebih mudah mempertahankan disiplin dalam menyusun anggaran, mengalokasikan dana untuk tabungan, dan mencapai tujuan keuangan yang telah direncanakan. Dengan demikian, semakin tinggi perilaku pembelian impulsif, semakin rendah kualitas pengelolaan keuangan seseorang.

Fenomena tersebut semakin nyata pada kalangan mahasiswa. Aktivitas akademik yang dipadukan dengan intensitas penggunaan media sosial menjadikan mahasiswa sebagai salah satu kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif. Berbagai promosi pada platform belanja daring, rekomendasi *influencer*, serta kemudahan pembayaran digital mendorong mahasiswa melakukan pembelian yang sering kali tidak direncanakan. Apabila perilaku tersebut terjadi secara berulang, kemampuan mahasiswa dalam menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, dan menyisihkan dana untuk tabungan akan semakin menurun.

Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Persatuan Guru 1945 NTT diharapkan memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola keuangan karena telah memperoleh pengetahuan mengenai manajemen dan pengambilan keputusan ekonomi. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan mahasiswa yang cenderung membeli barang di luar kebutuhan utama, seperti pakaian, aksesoris, produk kecantikan, maupun perlengkapan elektronik karena adanya promosi atau pengaruh media sosial. Kondisi tersebut mengakibatkan sebagian mahasiswa mengalami kesulitan mengatur uang saku bulanan serta kurang mampu menyusun prioritas pengeluaran sesuai kebutuhan.

Data Program Studi Manajemen menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa angkatan 2022 sebanyak 83 orang yang terdiri atas 33 mahasiswa laki-laki dan 50 mahasiswa perempuan. Mahasiswa tersebut memiliki sumber pendanaan yang beragam, yaitu berasal dari orang tua, beasiswa, maupun pekerjaan paruh waktu. Perbedaan sumber pendapatan tersebut memungkinkan munculnya variasi kemampuan dalam mengelola keuangan serta kecenderungan melakukan pembelian impulsif.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembelian impulsif berkaitan dengan kualitas pengelolaan keuangan individu. Mustikasari dan Septina (2023) menemukan bahwa semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif, semakin rendah kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Hermawan (2026) dan Febriani, Nasrullah, dan Japar (2026), yang menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada perguruan tinggi yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda dengan mahasiswa di Nusa Tenggara Timur. Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang menguji hubungan tersebut pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Persatuan Guru 1945 NTT sehingga dapat memberikan gambaran empiris yang lebih sesuai dengan kondisi lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembelian impulsif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Persatuan Guru 1945 NTT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku konsumen dan manajemen keuangan personal, sekaligus menjadi masukan bagi perguruan tinggi dalam merancang program literasi keuangan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

TINJAUAN TEORITIS

1. Teori Pembelian Impulsif (Impulsive Buying)

Pembelian impulsif (*impulsive buying*) merupakan perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya dan lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional daripada pertimbangan rasional. Menurut Solomon (2018), pembelian impulsif terjadi ketika konsumen merasakan dorongan yang kuat untuk segera membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan manfaat, kebutuhan, maupun konsekuensi keuangan dari keputusan tersebut. Sementara itu, Kotler dan Armstrong (2018) menjelaskan bahwa berbagai stimulus pemasaran, seperti promosi, potongan harga, tampilan produk, serta kemudahan transaksi digital, dapat meningkatkan kecenderungan konsumen melakukan pembelian secara spontan.

Pada era digital, perilaku pembelian impulsif semakin meningkat karena konsumen memperoleh berbagai kemudahan dalam mengakses platform belanja daring, media sosial, dan sistem pembayaran digital. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang rentan terhadap perilaku tersebut karena memiliki intensitas penggunaan media digital yang tinggi serta mudah terpengaruh oleh promosi maupun tren konsumsi.

2. Teori Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, penggunaan, dan pengendalian sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan keuangan secara efektif dan efisien (Kasmir, 2018). Pengelolaan keuangan yang baik tercermin dari kemampuan individu dalam menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, menabung, memenuhi kebutuhan sesuai prioritas, serta menghindari pengeluaran yang tidak diperlukan.

Bagi mahasiswa, kemampuan mengelola keuangan menjadi penting karena sebagian besar memiliki sumber pendapatan yang terbatas. Oleh karena itu, setiap keputusan pembelian perlu dilakukan secara rasional agar kondisi keuangan tetap terjaga.

3. Hubungan Pembelian Impulsif dengan Pengelolaan Keuangan

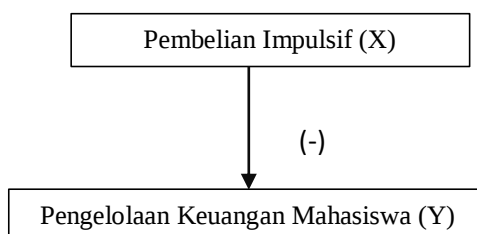
Hubungan antara pembelian impulsif dan pengelolaan keuangan dapat dijelaskan melalui Behavioral Life-Cycle Theory yang dikemukakan oleh Shefrin dan Thaler (1988). Teori ini menjelaskan bahwa individu sering mengalami konflik antara keinginan memperoleh kepuasan sesaat (*current consumption*) dengan tujuan keuangan jangka panjang (*future consumption*). Individu yang memiliki kemampuan pengendalian diri yang rendah cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif sehingga pengeluaran menjadi tidak terkendali.

Dalam konteks mahasiswa, perilaku pembelian impulsif menyebabkan pengeluaran yang tidak direncanakan sehingga anggaran yang telah disusun menjadi terganggu. Kondisi tersebut dapat mengurangi kemampuan mahasiswa untuk menabung, memenuhi kebutuhan prioritas, maupun mengelola keuangan secara efektif. Sebaliknya, mahasiswa yang mampu mengendalikan dorongan pembelian impulsif cenderung memiliki pengelolaan keuangan yang lebih baik karena keputusan pembeliannya didasarkan pada kebutuhan dan kemampuan finansial.

Secara teoritis, semakin tinggi tingkat pembelian impulsif maka semakin rendah kualitas pengelolaan keuangan individu. Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel diperkirakan bersifat negatif.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian menggambarkan bahwa pembelian impulsif sebagai variabel independen (X) memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Berdasarkan teori perilaku konsumen dan *Behavioral Life-Cycle Theory*, perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan akan meningkatkan pengeluaran konsumtif sehingga menurunkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan.



Keterangan:

(-) menunjukkan bahwa semakin tinggi pembelian impulsif, maka semakin rendah pengelolaan keuangan mahasiswa.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh pembelian impulsif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2022 Universitas Persatuan Guru 1945 NTT. Penelitian dilaksanakan di Program Studi Manajemen Universitas Persatuan Guru 1945 NTT yang berlokasi di Jalan P. A. Manafe No. 7, Kelurahan Kayu Putih, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, pada bulan Januari 2026.

Populasi penelitian berjumlah 83 mahasiswa angkatan 2022. Karena jumlah populasi relatif kecil, penelitian menggunakan teknik sampling jenuh (*saturated sampling*), sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 83 mahasiswa.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Data sekunder diperoleh dari dokumen Program Studi Manajemen, literatur ilmiah, buku, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembelian impulsif dan pengelolaan keuangan mahasiswa.

Variabel penelitian terdiri atas satu variabel independen, yaitu pembelian impulsif (X), dan satu variabel dependen, yaitu pengelolaan keuangan mahasiswa (Y). Variabel pembelian impulsif diukur melalui lima indikator, yaitu belanja spontan, pembelian tanpa perencanaan, dorongan membeli secara tiba-tiba, pembelian yang dipengaruhi emosi, dan sulit menunda keinginan membeli. Sementara itu, variabel pengelolaan keuangan mahasiswa diukur melalui indikator perencanaan anggaran, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung, kemampuan menghindari utang, dan kemampuan memprioritaskan kebutuhan.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Instrumen pembelian impulsif mengacu pada konsep perilaku pembelian impulsif yang dikemukakan oleh Solomon (2018), sedangkan instrumen pengelolaan keuangan mengacu pada konsep pengelolaan keuangan menurut Kasmir (2018). Sebelum digunakan, butir-butir pernyataan disesuaikan dengan karakteristik responden, yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Persatuan Guru 1945 NTT. Variabel pembelian impulsif diukur menggunakan 10 butir pernyataan (2 butir untuk setiap indikator), sedangkan variabel pengelolaan keuangan diukur menggunakan 10 butir pernyataan (2 butir untuk setiap indikator). Contoh pernyataan pada variabel pembelian impulsif adalah "Saya sering membeli barang tanpa merencanakannya terlebih dahulu" dan "Saya tetap membeli suatu produk meskipun sebenarnya tidak terlalu membutuhkannya." Contoh pernyataan pada variabel pengelolaan keuangan adalah "Saya membuat anggaran pengeluaran setiap bulan" dan "Saya menyisihkan sebagian uang untuk ditabung sebelum memenuhi keinginan membeli barang." Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, dengan skor yang lebih tinggi pada variabel pembelian impulsif menunjukkan kecenderungan pembelian impulsif yang semakin tinggi, sedangkan skor yang lebih tinggi pada variabel pengelolaan keuangan menunjukkan kemampuan pengelolaan keuangan yang semakin baik.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh pembelian impulsif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

keterangan: Y = pengelolaan keuangan mahasiswa, X = pembelian impulsif, a = konstanta, dan b = koefisien regresi.

Selanjutnya dilakukan uji t (parsial) untuk menguji signifikansi pengaruh variabel pembelian impulsif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Besarnya kemampuan variabel pembelian impulsif dalam menjelaskan variasi pengelolaan keuangan mahasiswa dianalisis menggunakan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 83 mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Persatuan Guru 1945 NTT sebagai responden dengan teknik sampling jenuh, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, responden didominasi oleh mahasiswa perempuan sebanyak 50 orang (60%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 33 orang (40%). Berdasarkan pengeluaran bulanan, sebagian besar responden memiliki pengeluaran antara Rp 200.000 – Rp 500.000 sebanyak 40 orang (48,1%). Sementara itu,

berdasarkan sumber uang saku, mayoritas responden memperoleh uang saku dari orang tua sebanyak 50 orang (60%), disusul penerima beasiswa sebanyak 20 orang (24%), dan mahasiswa yang memiliki pekerjaan paruh waktu sebanyak 13 orang (16%).

Tabel 1. Statistik Deskriptif Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	33	39,8
	Perempuan	50	60,2
	Jumlah	83	100
Pengeluaran Bulanan	Rp200.000–Rp500.000	40	48,1
	Lainnya	43	51,9
	Jumlah	83	100
Sumber Uang Saku	Orang tua	50	60,2
	Beasiswa	20	24,1
	Pekerjaan paruh waktu	13	15,7
	Jumlah	83	100

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh pembelian impulsif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien
Konstanta (a)	20,781
Koefisien Regresi (b)	-0,072
Persamaan Regresi	$Y = 20,781 - 0,072X$
Koefisien Korelasi (r)	-0,87
Koefisien Determinasi (R^2)	0,7569 (75,69%)
t hitung	15,882
t tabel ($\alpha = 5\%$)	1,989

Sumber: Data diolah, 2026.

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 20,781 - 0,072X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada pembelian impulsif akan menurunkan skor pengelolaan keuangan mahasiswa sebesar 0,072 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Nilai koefisien korelasi ($r = 0,87$) menunjukkan bahwa hubungan antara pembelian impulsif dan pengelolaan keuangan berada pada kategori sangat kuat. Arah hubungan berdasarkan koefisien regresi bersifat berlawanan, yang menunjukkan bahwa peningkatan pembelian impulsif diikuti oleh penurunan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa.

Nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,7569$) menunjukkan bahwa 75,69% variasi pengelolaan keuangan mahasiswa dapat dijelaskan oleh pembelian impulsif, sedangkan 24,31% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti literasi keuangan, pendapatan, gaya hidup, maupun kontrol diri.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai absolut t hitung sebesar 15,882 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,989 pada taraf signifikansi 5%, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai t yang disajikan merupakan nilai absolut untuk menguji signifikansi koefisien regresi, sedangkan arah hubungan ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai negatif ($\beta = -0,072$). Dengan demikian, pembelian impulsif berpengaruh negatif dan

signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Persatuan Guru 1945 NTT.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Persatuan Guru 1945 NTT. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan, semakin rendah kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang didorong oleh keinginan sesaat dapat mengurangi kemampuan mahasiswa dalam menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, menetapkan prioritas kebutuhan, dan menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Behavioral Life-Cycle Theory yang dikemukakan oleh Shefrin dan Thaler (1988), yang menjelaskan bahwa individu sering menghadapi konflik antara keinginan memperoleh kepuasan sesaat dan tujuan keuangan jangka panjang. Ketika dorongan konsumsi lebih dominan daripada kemampuan mengendalikan diri, individu cenderung melakukan pembelian impulsif yang menyebabkan pengeluaran menjadi tidak terkendali. Akibatnya, kemampuan mengelola keuangan menjadi menurun karena sebagian besar pendapatan digunakan untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan yang telah direncanakan.

Dalam konteks mahasiswa, kondisi tersebut semakin mudah terjadi karena perkembangan teknologi digital yang menyediakan berbagai kemudahan berbelanja melalui platform *e-commerce*, dompet digital, serta promosi yang ditampilkan secara terus-menerus melalui media sosial. Kemudahan akses tersebut mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara cepat tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan yang dimiliki. Apabila perilaku tersebut berlangsung secara berulang, maka mahasiswa akan mengalami kesulitan mempertahankan keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran sehingga kualitas pengelolaan keuangan menjadi menurun.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Mustikasari dan Septina (2023) yang menyatakan bahwa pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki kecenderungan melakukan pembelian secara spontan lebih sulit mengendalikan pengeluaran, menyusun anggaran, dan mempertahankan kondisi keuangan yang sehat.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Febriani, Nasrullah, dan Japar (2026) yang menemukan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Menurut penelitian tersebut, pembelian yang didorong oleh keinginan sesaat menyebabkan mahasiswa lebih mudah mengabaikan perencanaan keuangan sehingga pengeluaran menjadi kurang terkendali.

Selain itu, hasil penelitian Hermawan (2026) menunjukkan bahwa pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, sedangkan *self-control* mampu memperlemah pengaruh tersebut. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan diri merupakan faktor penting dalam mengurangi kecenderungan pembelian impulsif dan menjaga stabilitas keuangan pribadi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan berbagai penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa meningkatnya penggunaan teknologi digital dan media sosial telah memperbesar peluang terjadinya pembelian impulsif pada generasi muda. Promosi berbasis algoritma, *flash sale*, *cashback*, serta sistem pembayaran digital membuat proses pembelian menjadi semakin mudah dan cepat sehingga keputusan pembelian sering kali dilakukan tanpa pertimbangan yang matang. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan kemampuan pengendalian diri menjadi faktor penting untuk membantu mahasiswa mengendalikan perilaku konsumtif dan mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pembelian impulsif merupakan salah satu faktor yang dapat menurunkan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, upaya meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan tidak hanya dilakukan melalui edukasi mengenai penyusunan anggaran dan perencanaan keuangan, tetapi juga melalui penguatan kemampuan pengendalian diri serta peningkatan literasi keuangan agar mahasiswa mampu menghadapi berbagai stimulus konsumsi yang berkembang pada era digital.

KESIMPULAN

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Persatuan Guru 1945 NTT. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan $Y = 20,781 - 0,072X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan pembelian impulsif cenderung diikuti oleh penurunan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa.

- 2) Hasil analisis korelasi menunjukkan nilai $r = 0,87$, yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara pembelian impulsif dan pengelolaan keuangan mahasiswa. Besarnya koefisien determinasi ($R^2 = 0,7569$) menunjukkan bahwa 75,69% variasi pengelolaan keuangan mahasiswa dapat dijelaskan oleh pembelian impulsif, sedangkan 24,31% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 3) Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 15,882$ lebih besar daripada $t_{tabel} = 1,989$ pada taraf signifikansi 5%, sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan mengendalikan perilaku pembelian impulsif perlu menjadi perhatian agar mahasiswa mampu mengelola keuangan secara lebih efektif, bijaksana, dan berkelanjutan..

SARAN

Universitas Persatuan Guru 1945 NTT meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan melalui penyusunan anggaran, penetapan skala prioritas kebutuhan, serta pengendalian perilaku pembelian impulsif, terutama ketika menghadapi promosi di media sosial dan platform belanja daring. Pihak universitas juga diharapkan dapat menyelenggarakan program literasi keuangan atau edukasi mengenai pengelolaan keuangan pribadi untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana di kalangan mahasiswa. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi pengelolaan keuangan, seperti literasi keuangan, gaya hidup, pengendalian diri (*self-control*), penggunaan *financial technology* (fintech), maupun pendapatan, serta menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan cakupan perguruan tinggi yang lebih luas agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik..

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kasmir. (2018). *Manajemen Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Hermawan. (2026). Pengaruh *impulsive buying* dan *self-control* terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **11**(1), 55–68.
- Febriani, R., Nasrullah, & Japar. (2026). Pengaruh *impulsive buying* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, **8**(2), 112–124.
- Malo, Y. S., Selan, D. R. E., & Jagi, K. (2025). Pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, **10**(1), 45–56.
- Mustikasari, D., & Septina, R. (2023). Pengaruh *impulsive buying* terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, **9**(2), 101–112.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.